



## Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* di Bank Muamalat KCP Madiun

Fatin Alfiah Rahmah<sup>1\*</sup>, Husna Ni'matul Ulya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, Indonesia

\*Corresponding Author: [fatinalfiah@gmail.com](mailto:fatinalfiah@gmail.com)

### Abstract

The use of digital transactions is still relatively low in Indonesia, along with the low number of uses of Muamalat DIN at Bank BMI KCP Madiun along with the increasingly attractive features in Muamalat DIN. Of the many studies on the use of banking technology, this research is a research development from previous studies using the *Technology Acceptance Model* theory. The purpose of this study was to examine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and partial or simultaneous trust on customers' interest in using Muamalat DIN at BMI KCP Madiun. The method used in this study is a quantitative method by collecting questionnaire data distributed to customers of Bank Muamalat KCP Madiun. The sample of this research was 95 respondents who were taken by incidental sampling technique. Methods of data analysis using multiple linear regression test, classic assumption test, hypothesis testing (*t* test and *F* test), which then the data is processed using the IBM SPSS Statistics 25 application. The results of the *t* test show that the perceived benefit variable has a *t*\_count value of  $0.882 < 1.986$  so that the perceived benefit has no effect on interest, the perceived ease of use variable has a *t*\_count value of  $3.698 > 1.986$  so the perceived ease of use has a significant positive effect on interest, the trust variable has a *t*\_count of  $4.065 > 1.986$  so that trust has a significant positive effect on interest. Based on the *F* test it is known that *f*\_count is  $30.395 < 3.098$  so it can be concluded that perceived usefulness, perceived ease of use, and trust simultaneously have a positive and significant effect on intention to use.

### Keywords:

Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Trust; Interest

### Abstrak

Pemanfaat transaksi digital masih tergolong rendah di Indonesia, beriringan dengan rendahnya jumlah penggunaan Muamalat DIN di Bank BMI KCP Madiun beriringan dengan semakin menariknya fitur yang ada di Muamalat DIN. Dari banyaknya studi tentang penggunaan teknologi perbankan, penelitian ini merupakan penelitian pengembangan dari penelitian terdahulu yang menggunakan teori *Technology Acceptance Model*. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Metode yang digunakan dalam

---

penelitian ini merupakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank Muamalat KCP Madiun. Sampel penelitian ini sebanyak 95 responden yang diambil dengan teknik *incidental sampling*. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji F), yang kemudian data diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 25. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai t-statistik sebesar  $0.882 < 1.986$  sehingga persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai t-statistik  $3.698 > 1.986$  maka persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat, variabel kepercayaan memiliki t-statistik  $4.065 > 1.986$  sehingga kepercayaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat. Berdasarkan uji F diketahui nilai F-statistik  $30.395 < 3.098$  sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan.

---

**Kata Kunci:**

*Persepsi Manfaat; Kemudahan; Kepercayaan; Minat*

---

**How to cite:**

Fatin, A.R., & Husna, N.U. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* di Bank Muamalat KCP Madiun. *Mutanaqishah : Journal of Islamic Banking*, 3(1), pp. 42–54. <https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v3i1.760>

---

## 1. Pendahuluan

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif (Ikatan Bankir Indonesia, 2014). Semakin ketatnya persaingan antar bank membuat bank berlomba-lomba memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah. Salah satu pelayanan yang diberikan bank syariah yaitu *E-Banking* (Ismail, 2011).

Menurut OJK digital *banking* disebut juga dengan istilah layanan perbankan digital, diartikan sebagai layanan atau kegiatan perbankan melalui kantor bank dengan menggunakan sarana elektronik/digital milik bank melalui media digital yang dilakukan secara mandiri oleh nasabah yang memungkinkan calon nasabah dan nasabah bisa mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh transaksi lain diluar produk perbankan. Penawaran layanan perbankan melalui digital *banking* sebenarnya sudah banyak dilakukan di media-media elektronik maupun dengan menawarkan secara langsung kepada nasabah pada saat pembuatan rekening tabungan. Namun belum banyak nasabah yang menggunakan digital banking dalam melakukan transaksinya (Mu'asiroh & Darwanto, 2021).

Davis mengemukakan bahwa bahwa persepsi nasabah atas persepsi kebermanfaatn (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah faktor utama yang mempengaruhi segi penggunaan atau pengadopsian teknologi. Penerimaan teknologi oleh pemakai individual tidak terlepas dari kepercayaan pemakai terhadap teknologinya.

Kepercayaan mewakili struktur-struktur kognitif yang dikembangkan oleh individual setelah mengumpulkan, memproses, dan mensistematis informasi tentang teknologi informasi, dan memasukkan penilaian-penilaian individu dari bermacam-macam hasil yang berkaitan dengan penggunaan teknologinya ( Davis, 1989).

Bank Muamalat Indonesia (BMI), mulai beroperasi pada tahun 1992. Sebagai bank dengan sistem syariah yang pertama di Indonesia, Bank Muamalat telah memiliki pengalaman yang luas. Hal ini didasarkan dengan dukungan teknologi dan SDM yang handal, serta Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang beranggotakan para ulama untuk mengawasi seluruh operasional perusahaan agar senantiasa berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam (Hasan, 2021). Bank Muamalat Indonesia memunculkan aplikasi baru dengan sebutan Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*), sejak 14 November 2019, aplikasi layanan *digital banking* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh pengguna baik nasabah maupun non nasabah (*Transaksi Via Kanal Digital Bank Muamalat Meningkatkan Pesat*, t.t.)

Muamalat DIN menyediakan berbagai fitur menarik seperti fitur *financial* yang memungkinkan nasabah bertransaksi *financial* tanpa harus datang ke bank Muamalat DIN juga bisa digunakan oleh non nasabah Bank Muamalat karena terdapat fitur konten islami seperti kalkulator zakat, arah kiblat dan jadwal sholat. Selain itu terdapat fitur pembayaran menggunakan QR code atau biasa dikenal dengan QRIS, fitur Gerai Reksa Dana Syariah berbasis *online*, fitur Pembukaan Rekening Tabungan Jamaah Haji (RTJH) dan pembayaran setoran awal porsi haji. Pada acara yang diselenggarakan oleh Majalah Infobank dan Isentia Bank Muamalat Indonesia meraih platinum trophy sebagai *The Best Sharia Bank in Digital Brand*. Perhargaan ini menjadi bukti kepercayaan dari masyarakat atas komitmen Bank Muamalat dalam melakukan inovasi dan transformasi digital berkelanjutan, diantaranya melalui aplikasi Muamalat DIN.

**Tabel 1. Nasabah Pengguna Muamalat DIN KCP Madiun 2022**

No.	Bulan	Pengguna
1	Januari	128
2	Februari	16
3	Maret	144
4	April	126
5	Mei	87
6	Juni	12
7	Juli	268
8	Agustus	228
9	September	180
10	Oktober	208
11	November	212
12	Desember	384
	Jumlah	1993

Dari data di atas terlihat naik turunnya jumlah pengguna Muamalat DIN selama tahun 2022. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan manager BMI KCP Madiun penggunaan Muamalat DIN oleh nasabah masih relatif rendah dimana baru 40% nasabah yang menggunakan Muamalat DIN sebagai alat transaksi sehari-hari (A. Sophia, Wawancara, 2 Februari 2023). Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BMI KCP Madiun yang menggunakan Muamalat DIN adalah sering terjadinya gangguan sistem layanan, dimana saat nasabah melakukan transaksi sering terjadi kegagalan (Nutrikah, Wawancara, 2 Februari 2023)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad, mengenai Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank BTN, dapat diketahui bahwa kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan, dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan maupun parsial terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* BTN (Rozi & Ziyad, 2020). Hasil ini jauh berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh Ronny Lim dan Lady 2022 dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Batam, yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* (Lim & Lady, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Ruslinda, Rizki, dan Arisa 2018 mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* Pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *internet banking*, hal ini dikarenakan nasabah merasa tidak mudah dan kurang mengerti serta adanya rasa khawatir nasabah dalam menggunakan *internet banking* sehingga nasabah kurang percaya (Agustina dkk., 2018).

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada muamalat *digital islamic network* di Bank Muamalat KCP Madiun, maka bank perlu mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan *digital banking* tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang maka peneliti membahas permasalahan tersebut dengan judul. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Muamalat *Digital Islamic Network* di Bank Muamalat KCP Madiun”.

## 2. Literatur Review

### Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Sebuah model yang diadaptasi dari teori tindakan yang beralasan (*Theory Reasoned Action*) yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis (1989). Teori ini sebagai faktor penentu adopsi dalam memberi penjelasan secara parsimoni dari perilaku penggunaan teknologi itu sendiri. Teori ini didasari oleh teori psikologis yang memberi penjelasan terhadap perilaku penggunaan teknologi informasi dengan kepercayaan, minat, sikap serta hubungan perilaku pengguna sebagai faktor penjelas teori tersebut. Model ini mengatakan bahwa dalam menentukan bagian tertentu dari suatu teknologi didasari pada sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989).

TAM telah banyak mengalami modifikasi, salah satunya apa yang dikenal dengan TAM2. Namun demikian sejumlah peneliti juga telah memodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel tertentu untuk TAM dalam memprediksikan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi. Di tengah maraknya *digital payment system*, perlu dilakukan pengujian modifikasi model TAM dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) dan *perceived security* (keamanan) untuk TAM. Adapun salah satu peneliti yang telah menambahkan variabel *trust* (kepercayaan) yaitu Lee dan Turban pada 2001 (Purwanto, 2020).

### Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Beberapa indikator manfaat penggunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut: (a) *Makes job easier* (menjadi lebih mudah) (b) *Increase productivity* (menambah produktifitas), (c) *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), (d) Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya (Davis, 1989). Adapun hipotesis yang diajukan:

*H<sub>1</sub>: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun*

### **Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Konstruk tambahan yang kedua di TAM adalah kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogianto, 2007). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan nasabah akan menggunakan sistem teknologi tersebut jika layanan tersebut itu mudah dipahami dan mudah untuk digunakan bagi nasabah. indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan sebagai berikut: (a) Mudah dipelajari, (b) Dapat mengontrol pekerjaan, (c) Jelas dan mudah dimengerti, (c) Fleksibel (Davis, 1989). Adapun hipotesis yang diajukan:

*H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.*

### **Kepercayaan**

Kepercayaan adalah yakin terhadap orang lain dengan harapan orang lain tidak akan berperilaku oportunistis. Ini merupakan keyakinan bahwa pihak lain akan berperilaku sesuai dengan etika sosial dan terdapat keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi komitmen (Lee, 2009). Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut;

- a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya (Jasfar, 2009).

Adapun hipotesis yang diajukan:

*H<sub>3</sub>: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN di Bank*

### **Minat**

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu semacam pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berkaitan dengan aspek kognitif, afektif, dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan serta dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut, sebaliknya minat akan menjadi hilang seandainya tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya (Jahja, 2011)

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain

- c. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut (Ferdinand, 2002)

Adapun hipotesis yang diajukan:

*H<sub>4</sub>: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun*

### 3. Metode

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif asosiatif dengan unit analisis yang diteliti merupakan nasabah pengguna Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Penelitian kuantitatif asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN adalah dimana pengaruh persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2), dan kepercayaan (X3). Minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y). Pengaruh variabel-variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan skala *ordinal* dengan empat (4) pilihan jawaban yaitu, untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) (Kriyantono, 2006).

Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun berlokasi di Jl. Kolonel Mahardi No.2, Pangongangan, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah BMI KCP Madiun di tahun 2022 yang menggunakan layanan Muamalat DIN yaitu sebanyak 1.993 orang nasabah dengan sampel sebanyak 95 nasabah berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini akan menggunakan jenis data kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data kuantitatif sendiri adalah serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian yang masih berbentuk fakta-fakta verbal atau hanya berupa keterangan saja. Data tersebut dapat menjadi kuantitatif setelah dilakukan pengelompokkan dan dinyatakan dalam satuan angka (Teguh, 2005). Sumber data yang digunakan yaitu berupa data primer dan data sekunder. Data primer yaitu berupa kuesioner, dan dari hasil wawancara dengan pihak yang bersangkutan. Sedangkan data sekunder yaitu berupa al-qur'an, buku-buku, jurnal, internet, dan lainnya.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Profil Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 95 responden, dimana yang menjadi responden merupakan nasabah di Bank BMI KCP Madiun. Dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi umur, pekerjaan, dan jenis kelamin. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

**Tabel 2. Profil Responden**

Kategori	Jumlah	Presentase
Umur		
< 20 Tahun	15	15,79%

21-30 Tahun	33	34,74%
31-40 Tahun	36	37,89%
> 40 Tahun	11	11,58%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	44	46,31%
Perempuan	51	53,69%
<b>Pekerjaan</b>		
Pelajar	32	33,69%
Guru	37	38,94%
Wiraswasta	16	18,85%
Lain-Lain	10	10,52%

### Pengujian Instrumen

Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah BMI KCP Madiun. Dalam pengujian validitas instrumen, peneliti mengambil sampel sebanyak 30 responden dengan menggunakan 15 item pertanyaan.

**Tabel 4. Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Persepsi Manfaat ( $X_1$ )	Item 1	0,743	0,361	Valid
	Item 2	0,780	0,361	Valid
	Item 2	0,816	0,361	Valid
	Item 4	0,772	0,361	Valid
Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )	Item 1	0,773	0,361	Valid
	Item 2	0,813	0,361	Valid
	Item 3	0,676	0,361	Valid
	Item 4	0,666	0,361	Valid
Kepercayaan ( $X_3$ )	Item 1	0,740	0,361	Valid
	Item 2	0,741	0,361	Valid
	Item 3	0,729	0,361	Valid
	Item 4	0,793	0,361	Valid
Minat ( $Y$ )	Item 1	0,724	0,361	Valid
	Item 2	0,803	0,361	Valid
	Item 3	0,756	0,361	Valid

Secara bersama-sama dari seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid, karena semua item pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,361). Sehingga dengan demikian tidak ada sama sekali item pertanyaan dalam kuesioner variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan minat penggunaan yang diubah atau dihilangkan.

**Tabel 5. Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefficient	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat ( $X_1$ )	4 Item	0,783	Reliabel
Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )	4 Item	0,715	Reliabel
Kepercayaan ( $X_3$ )	4 Item	0,740	Reliabel
Minat ( $Y$ )	3 Item	0,617	Reliabel

dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,783, variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,715, variabel kepercayaan 0,740, dan variabel minat penggunaan sebesar 0,617. Dapat dilihat bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel instrumen penelitian ini reliable.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melihat uji *Kolmogorov Smirnov* yang diolah menggunakan IBM SPSS statistic 25 yang apabila nilai signifikan yang dihasilkan > 0,05 maka distribusi datanya dikatakan normal.

**Tabel 6. Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.97128164
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.070
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 6 tersebut nilai signifikan sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

#### Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Multikolinieritas adalah keadaan dimana suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas lainnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas (Ghozali, 2013)

**Tabel 7. Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.803	.932		.861	.391		
	Manfaat.1	.069	.078	.089	.882	.380	.538	1.858
	Kemudahan.2	.288	.078	.355	3.698	.000	.596	1.679
	Kepercayaan.3	.309	.076	.384	4.065	.000	.616	1.623

Dari tabel 7 di atas hasil dari pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,538 dengan nilai VIF 1,858, persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,596 dengan nilai VIF 1,679, kepercayaan sebesar 0,616 dengan nilai VIF 1,623. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel-variabel tersebut diperoleh lebih dari 0,1. Dan hasil dari nilai VIF pada masing-masing variabel tersebut adalah kurang dari



10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

**Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas**

Correlations						
			Manfaat.1	Kemudahan .2	Kepercayaan.3	harga_mutlak_residual
Spearman's rho	Manfaat.1	Correlation Coefficient	1.000	.545**	.503**	.090
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.387
		N	95	95	95	95
	Kemudahan.2	Correlation Coefficient	.545**	1.000	.392**	-.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.485
		N	95	95	95	95
	Kepercayaan.3	Correlation Coefficient	.503**	.392**	1.000	-.073
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.479
		N	95	95	95	95
	harga_mutlak_residual	Correlation Coefficient	.090	-.073	-.073	1.000
		Sig. (2-tailed)	.387	.485	.479	.
		N	95	95	95	95

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

Dari tabel 8 di atas pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan *Rank Spearman* menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Sehingga dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas

### Uji Autokorelasi

Untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain digunakan uji autokorelasi (Basuki & Parwoto, 2017).

**Tabel 9. Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 <sup>a</sup>	.501	.484	.987	2.198
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan.3, Kemudahan.2, Manfaat.1					
b. Dependent Variable: Minat					

Berdasarkan tabel 9 nilai *du* pada distribusi tabel *Durbin Watson* berdasarkan *k* yaitu jumlah variabel sebanyak 3 dan *N* yaitu jumlah responden sebanyak 95 nasabah dengan nilai signifikansi 0,05. Dihilangkan nilai  $du = 1,7316$  dan  $4 - du = 4 - 1,7316 = 2,2684$ . Karena nilai  $du < dw < 4 - du$  ( $1,7316 < 2,198 < 2,2684$  sehingga tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi terpenuhi.

**Uji Hipotesis**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, karena bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono, 2007)

**Tabel 10. Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			olerance	VIF
1	(Constant)	.803	.932		.861	.391		
	Manfaat	.069	.078	.089	.882	.380	.538	1.858
	Kemudahan	.288	.078	.355	3.698	.000	.596	1.679
	Kepercayaan	.309	.076	.384	4.065	.000	.616	1.623

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 10 diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda untuk persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,803 + 0,069 X_1 + 0,288 X_2 + 0,309 X_3 + e$$

**Uji t**

Uji t merupakan koefisien regresi parsial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2014). Adapun beberapa hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh persepsi manfaat (X<sub>1</sub>) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

Ha1 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho1 : Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan tabel 10 diketahui nilai t<sub>statistik</sub> X<sub>1</sub> terhadap Y adalah 0,882 lebih kecil dari t<sub>tabel</sub>1,986 dengan nilai signifikansi 0,380 > 0,05 maka dapat disimpulkan Ha1 ditolak dan Ho1 diterima yang artinya variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, nasabah belum sepenuhnya mengetahui manfaat dari penggunaan Muamalat DIN, sehingga memutuskan untuk tidak menggunakan Muamalat DIN.

- 2) Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X<sub>2</sub>) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

Ha2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho2 : Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di Bank Muamalat KCP Madiun.

Berdasarkan tabel 10 diketahui nilai  $t_{\text{statistik } X_2}$  terhadap Y adalah 3,698 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  1,986 dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan Ha2 diterima dan Ho2 ditolak yang artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun. Dari analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun, hal ini sesuai dengan teori Davis 1989 bahwa salah satu faktor internal yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu persepsi kemudahan.

- 3) Pengaruh kepercayaan ( $X_3$ ) terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN (Y) di BMI KCP Madiun.

Ha3 : Kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Ho3 : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan tabel 10 diketahui nilai  $t_{\text{statistik } X_3}$  terhadap Y adalah 4,065 lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  1,986 dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak yang artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun, hal ini sesuai dengan teori *technology acceptance model* (TAM) diadaptasi dari Lee dan Turban 2001 pengujian modifikasi model TAM dengan menambahkan variabel *trust* (kepercayaan), bahwa pengaruh dari faktor-faktor hasil penerimaan teknologi dipengaruhi oleh kepercayaan tentang teknologi yang digunakan (Purwanto, 2020).

## Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (variabel bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2013). Dengan hipotesis yang diajukan yaitu:

Ha4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Ho4: persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun

Tabel 11. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.858	3	29.619	30.395	.000 <sup>b</sup>
	Residual	88.678	91	.974		
	Total	177.537	94			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat						

Berdasarkan output dari tabel 11 diketahui nilai signifikansi  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  adalah 0,000,  $F_{\text{tabel}}$

adalah sebesar 3,098 dan  $F_{hitung}$  sebesar 30,395. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan  $\text{sig uji } f < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{o4}$  ditolak yang artinya bahwa semua variabel independen yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

### Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinannya adalah antara nol hingga satu (Ghozali, 2013)

**Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 <sup>a</sup>	.501	.484	.987	2.198
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat					
b. Dependent Variable: Minat					

Berdasarkan output tabel 12 menjelaskan bahwa ada korelasi yang kuat antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN dengan nilai R yaitu 0,707 dalam regresi linier berganda sebesar 70,7%. Kemudian diketahui bahwa persentase pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang disebut koefisien determinan (*R Square*) sebesar 0,501 dimana diartikan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 50,1% sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model. Pada hasil penelitian ini bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

### 5. Kesimpulan

Hasil penelitian ini benunjukkan bahwa

1. Persepsi manfaat tidak berpengaruh pada minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun.
2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun.
3. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Muamalat DIN pada nasabah BMI KCP Madiun.
4. Secara simultan persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Muamalat DIN di BMI KCP Madiun.

Berdasarkan penelitian ini Diharapkan Bank BMI dapat memberikan edukasi kepada nasabah agar nasabah dapat lebih memahami kembali terkait fitur-fitur yang ada dalam Muamalat DIN sehingga nasabah pun dapat mengoptimalkan manfaat dari penggunaan Muamalat DIN. Bagi penelitian selanjutnya, dengan penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih lanjut berkaitan dengan penggunaan teknologi perbankan pada bank syariah dengan mengambil responden dari nasabah bank lain dengan jumlah dan populasi yang beragam.

## Referensi

- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT Bank Bukopin TBK Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), Article 2.
- Basuki, T., & Parwoto, N. (2017). *Analisis Regresi*. PT Raja Grafindo.
- Davis. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *Jurnal Management Information System (Online)*, 13(3).
- Ferdinand. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hasan, H. (2021). *Implementasi Mobile Banking Dalam Meningkatkan Profitabilitas Bank Muamalat KCP Parepare* [Skripsi]. IAIN Parepare.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. (2011). *Perbankan syariah*. Pranada Media Group.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Kencana Prenadamedia Group.
- Jasfar, F. (2009). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Jogianto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana.
- Lee, M. (2009). *Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking: An Integration Of TAM and TPB With Perceived Risks Perceived Benefits*. *Electronic Commerce Research And Application* 8.
- Lim, R., & Lady, Lady. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking di Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.677>
- Mu'asiroh, L. R., & Darwanto, D. (2021). Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(02), Article 02. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1241>
- Nutrikah. (2023, Februari 2). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Purwanto, E. (2020). *Technology Adoption A Conceptual Framework*. Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), Article 2.
- Sophia, A. (2023, Februari 2). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Teguh, M. (2005). *Metodologi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Transaksi Via Kanal Digital Bank Muamalat Meningkatkan Pesat*. (t.t.). Diambil 17 Mei 2023, dari <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/berita/transaksi-via-kanal-digital-bank-muamalat-meningkat-pesat>