

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan *kuesioner* kepada mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura sebanyak kurang lebih 600 mahasiswa (semester 4 s/d 8) dengan tingkat pengembalian 23,83% atau berjumlah 143 *kuesioner*. Dari seluruh *kuesioner* yang kembali, peneliti memilih 139 *kuesioner* yang skor jawabannya lengkap dan dianggap layak untuk dijadikan sebagai data penelitian.

1. Deskripsi Responden

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

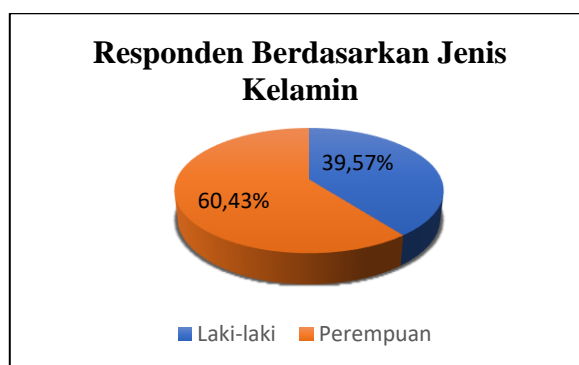
Tabel. 4.1
Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	55	39,57%
Perempuan	84	60,43%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data tersebut menunjukkan jumlah persentase responden laki-laki yang menggunakan *E-Banking* BRI Syariah sejumlah 55 orang (39,57%), sedangkan responden perempuan yang menggunakan *E-Banking* BRI Syariah sejumlah 84 orang (60,43%). Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut:

Gambar. 4.1
Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.2
Demografi Responden Berdasarkan Usia

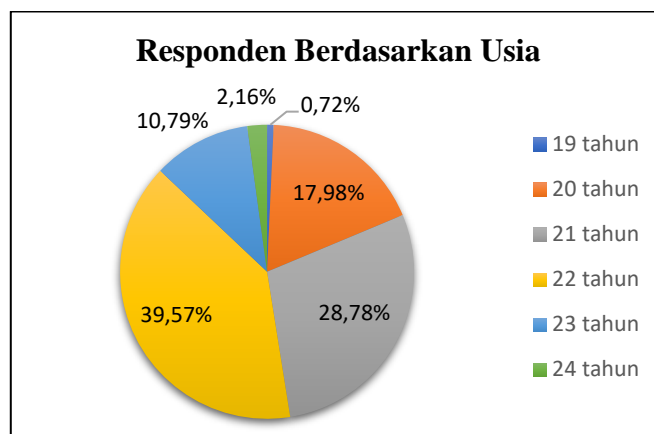
Usia	Frekuensi	Persentase
19 tahun	1	0,72%
20 tahun	25	17,98%
21 tahun	40	28,78%
22 tahun	55	39,57%
23 tahun	15	10,79%
24 tahun	3	2,16%
Jumlah	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data tersebut menunjukkan jumlah persentase umur yang menggunakan *E-Banking* BRI Syariah. Dari data responden tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang menggunakan *E-Banking* BRIS Syariah masuk usia 22 tahun sejumlah 55 orang (39,57%), kemudian disusul usia 21 tahun sejumlah 40 orang (28,78%), kemudian usia 20 tahun sejumlah 25 orang (17,98%), kemudian usia 23 tahun sejumlah 15 orang (10,79%), kemudian usia 24 tahun sejumlah 3 orang

(2,16%), dan terakhir masuk pada usia 19 tahun sejumlah 1 orang (0,72%). Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut:

Gambar. 4.2
Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Usia



c. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah

Deskripsi data responden berdasarkan lama menggunakan *E-Banking* BRIS Syariah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.3
Demografi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah

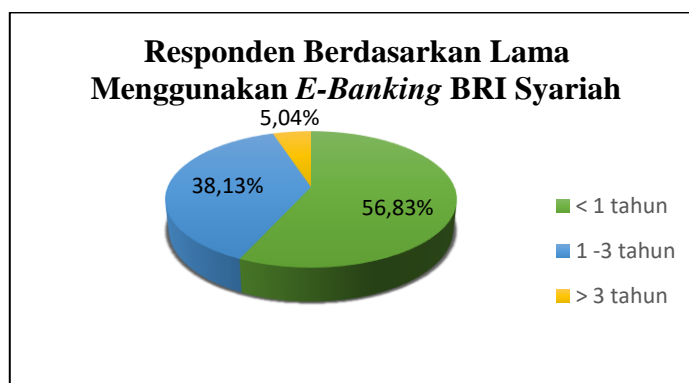
Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	79	56,83%
1 – 3 tahun	53	38,13%
> 3 tahun	7	5,04%
Total	139	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden menggunakan *E-Banking* BRI Syariah kurang dari 1 tahun sejumlah 79 orang (56,83%), kemudian responden yang menggunakan *E-Banking* BRI Syariah antara

1-3 tahun sejumlah 53 orang (38,13%), dan responden yang menggunakan *E-Banking* BRI Syariah lebih dari 3 tahun sejumlah 7 orang (5,04%). Hal tersebut digambarkan dalam diagram sebagai berikut:

Gambar. 4.3
Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah



d. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis *E-Banking* BRI Syariah yang digunakan

Deskripsi data responden berdasarkan jenis *E-Banking* BRIS Syariah yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.4
Demografi Responden Berdasarkan Jenis *E-Banking* BRI Syariah yang digunakan

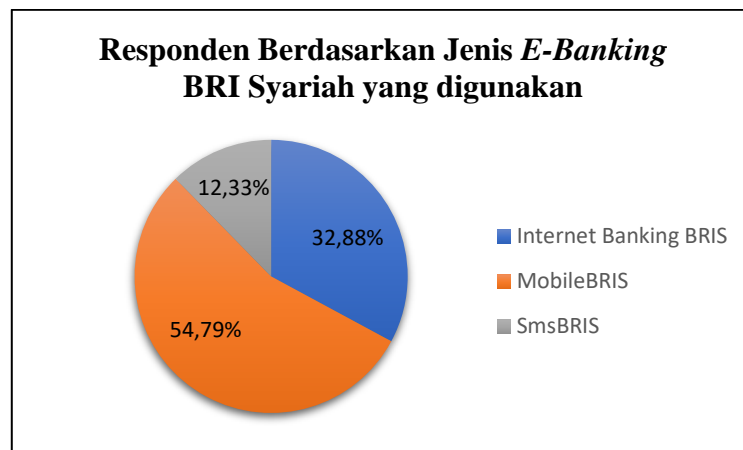
Jenis <i>E-Banking</i> BRI Syariah	Frekuensi	Persentase
Internet Banking BRIS	48	32,88%
<i>MobileBRIS</i>	80	54,79%
<i>SmsBRIS</i>	18	12,33%
Jumlah	146	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Data tersebut menunjukkan bahwa 48 responden (32,88%) pernah menggunakan Internet Banking BRIS, 80 responden (54,79%) menggunakan

MobileBRIS, dan 18 responden (12,33%) menggunakan *SmsBRIS*. Hal tersebut digambarkan dalam diagram berikut:

Gambar. 4.4
Diagram Lingkaran Demografi Responden Berdasarkan Jenis *E-Banking* BRI Syariah yang digunakan



2. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Deskripsi Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1)

Variabel Persepsi Kemanfaatan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 10 item pertanyaan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 6 alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Persepsi Kemanfaatan dengan menggunakan SPSS v.26 *for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 15; nilai maksimum sebesar 60; rentang data (*range*) 45; nilai mean sebesar 45,04; dan deviasi standar sebesar 7,853. Hasil *output* SPSS selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

Berdasarkan hasil *output* SPSS distribusi frekuensi variabel Persepsi Kemanfaatan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel. 4.5
Distribusi Frekuensi Persepsi Kemanfaatan

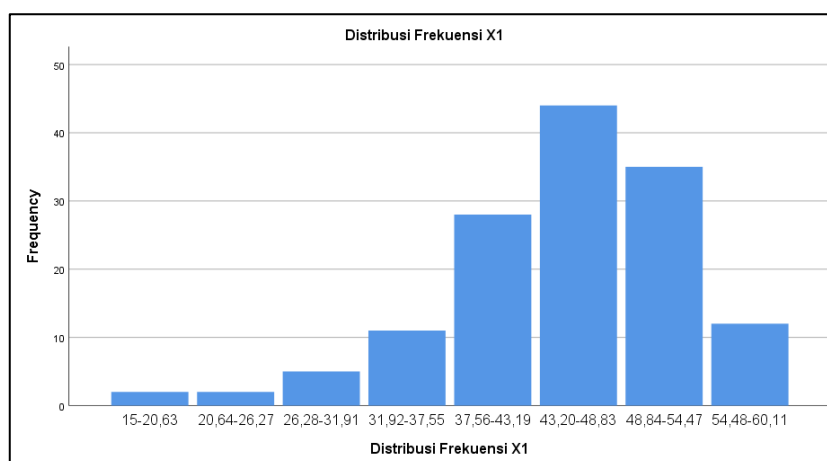
Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
15 - 20,63	2	1,4%
20,64 - 26,27	2	1,4%
26,28 - 31,91	5	3,6%
31,92 - 37,55	11	7,9%
37,56 - 43,19	28	20,1%
43,20 - 48,83	44	31,7%
48,84 - 54,47	35	25,2%
54,48 - 60,11	12	8,6%
Total	139	100%

Sumber: *Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020*

Adapun histogram dari distribusi frekuensi variabel Persepsi Kemanfaatan

(X1) sebagai berikut:

Gambar. 4.5
Histogram Distribusi Frekuensi Persepsi Kemanfaatan



Sumber: *Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020*

Berdasarkan tabel dan histogram diatas menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura paling banyak terletak diantara interval 43,20 – 48,83 sebanyak 44 orang (31,7%), dan yang paling sedikit terletak diantara interval 15 – 20,63 serta interval 20,64 – 26,27 sebanyak 2 orang (1,4%).

b. Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2)

Variabel Kepercayaan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 10 item pertanyaan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 6 alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Kepercayaan dengan menggunakan SPSS v.26 for Windows diperoleh nilai minimum sebesar 18; nilai maksimum sebesar 60; rentang data (*range*) 42; nilai *mean* sebesar 47,37; dan deviasi standar sebesar 7,846. Hasil *output* SPSS selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

Berdasarkan hasil *output* SPSS distribusi frekuensi variabel Kepercayaan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

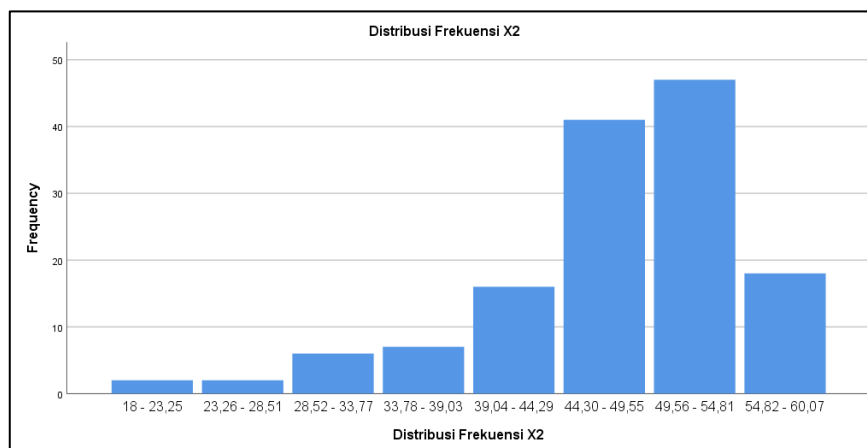
Tabel. 4.6
Distribusi Frekuensi Kepercayaan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
18 - 23,25	2	1,4%
23,26 - 28,51	2	1,4%
28,52 - 33,77	6	4,3%
33,78 - 39,03	7	5,0%
39,04 - 44,29	16	11,5%
44,30 - 49,55	41	29,5%
49,56 - 54,81	47	33,8%
54,82 - 60,07	18	12,9%
Total	139	100%

Sumber: *Output* SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Adapun histogram dari distribusi frekuensi variabel Kepercayaan (X2) sebagai berikut:

Gambar. 4.6
Histogram Distribusi Frekuensi Kepercayaan



Sumber: *Output SPSS v26*, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel dan histogram diatas menunjukkan bahwa Kepercayaan terhadap Penggunaan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura paling banyak terletak diantara interval 49,56 – 54,81 sebanyak 47 orang (33,8%), dan yang paling sedikit terletak diantara interval 18 – 23,25 serta interval 23,26 – 26,51 sebanyak 2 orang (1,4%).

c. Deskripsi Variabel Kepuasan (Z)

Variabel Kepuasan diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 5 item pertanyaan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 6 alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Kepuasan dengan menggunakan SPSS v.26 *for Windows* diperoleh nilai minimum sebesar 7; nilai maksimum sebesar 30; rentang data (*range*) 23; nilai *mean* sebesar 23,51; dan deviasi standar sebesar 4,254. Hasil *output* SPSS selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

Berdasarkan hasil *output* SPSS distribusi frekuensi variabel Kepuasan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

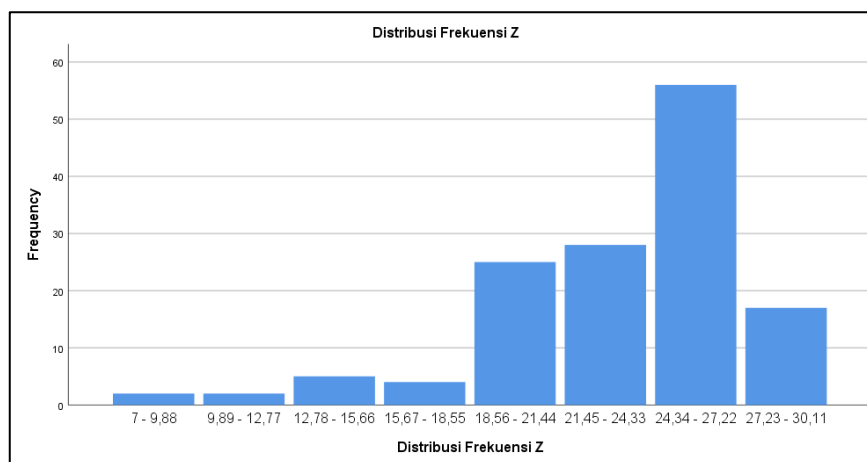
Tabel. 4.7
Distribusi Frekuensi Kepuasan

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
7 - 9,88	2	1,4
9,89 - 12,77	2	1,4
12,78 - 15,66	5	3,6
15,67 - 18,55	4	2,9
18,56 - 21,44	25	18,0
21,45 - 24,33	28	20,1
24,34 - 27,22	56	40,3
27,23 - 30,11	17	12,2
Total	139	100%

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Adapun histogram dari distribusi frekuensi variabel Kepuasan (Z) sebagai berikut:

Gambar. 4.7
Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan



Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel dan histogram diatas menunjukkan bahwa Kepuasan penggunaan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura paling banyak terletak diantara interval 24,34 – 27,22 sebanyak 56 orang (40,3%), dan yang paling sedikit terletak diantara interval 7 – 9,88 serta interval 9,89 – 12,77 sebanyak 2 orang (1,4%).

d. Deskripsi Variabel Minat Menggunakan *E-Banking* (Y)

Variabel Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah diukur menggunakan kuesioner yang terdiri dari 6 item pertanyaan yang diberikan kepada 139 responden mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 6 alternatif jawaban. Hasil analisis deskriptif pada variabel Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah dengan menggunakan SPSS v.26 for Windows diperoleh nilai minimum sebesar 8; nilai maksimum sebesar 36; rentang data (*range*) 28; nilai *mean* sebesar 28,03; dan deviasi standar sebesar 5,086. Hasil *output* SPSS selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 3.

Berdasarkan hasil *output* SPSS distribusi frekuensi variabel Minat menggunakan *E-Banking* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

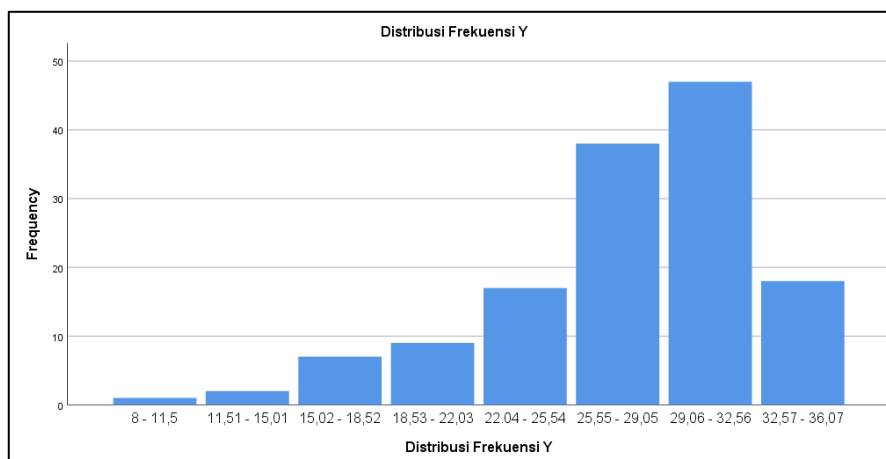
Tabel. 4.8
Distribusi Frekuensi Minat

Kelas Interval	Frekuensi	Persentase
8 - 11,5	1	0,7
11,51 - 15,01	2	1,4
15,02 - 18,52	7	5,0
18,53 - 22,03	9	6,5
22,04 - 25,54	17	12,2
25,55 - 29,05	38	27,3
29,06 - 32,56	47	33,8
32,57 - 36,07	18	12,9
Total	139	100%

Sumber: *Output* SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Adapun histogram dari distribusi frekuensi variabel Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y) sebagai berikut:

Gambar. 4.8
Histogram Distribusi Frekuensi Minat



Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel dan histogram diatas menunjukkan bahwa Minat Penggunaan *E-Banking* BRI Syariah pada mahasiswa S1 FEBI IAIN Madura paling banyak terletak diantara interval 23,06 – 32,56 sebanyak 47 orang (33,8%), dan yang paling sedikit terletak diantara interval 8 – 11,5 sebanyak 1 orang (0,7%).

3. Uji Kualitas Data

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai. Peneliti mengajukan kuesioner yang berisi 31 butir pertanyaan, 10 butir pertanyaan untuk variabel Persepsi Kemanfaatan (X1), 10 butir pertanyaan untuk variabel Kepercayaan (X2), 6 butir pertanyaan untuk variabel Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y) dan 5 butir Pertanyaan untuk variabel Kepuasan (Z).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen, yaitu apakah instrumen yang digunakan dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Hasil ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana

n adalah jumlah sampel dan α 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya df adalah $= 139-2 = 137$ dan α 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga didapat r_{hitung} 0,1666.

1) Uji Validitas Variabel Persepsi Kemanfaatan (X1)

Tabel. 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X1

Pertanyaan	Korelasi	Validitas
X1Q1	0,754**	Valid
X1Q2	0,744**	Valid
X1Q3	0,768**	Valid
X1Q4	0,842**	Valid
X1Q5	0,791**	Valid
X1Q6	0,809**	Valid
X1Q7	0,780**	Valid
X1Q8	0,808**	Valid
X1Q9	0,828**	Valid
X1Q10	0,774**	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan di atas 0,01

*Korelasi signifikan di atas 0,05

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan hasil yang telah diuji dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,1666 dengan jumlah sampel adalah 139 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

2) Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

Tabel. 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel X2

Pertanyaan	Korelasi	Validitas
X2Q1	0,812**	Valid
X2Q2	0,738**	Valid
X2Q3	0,774**	Valid
X2Q4	0,884**	Valid
X2Q5	0,856**	Valid
X2Q6	0,853**	Valid
X2Q7	0,862**	Valid
X2Q8	0,822**	Valid
X2Q9	0,689**	Valid
X2Q10	0,546**	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan di atas 0,01

*Korelasi signifikan di atas 0,05

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan hasil yang telah diuji dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,1666 dengan jumlah sampel adalah 139 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel Kepercayaan (X2) adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

3) Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan E-Banking BRI Syariah (Y)

Tabel. 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pertanyaan	Korelasi	Validitas
YQ1	0,858**	Valid
YQ2	0,803**	Valid

YQ3	0,833**	Valid
YQ4	0,850**	Valid
YQ5	0,836**	Valid
YQ6	0,695**	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan di atas 0,01

*Korelasi signifikan di atas 0,05

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan hasil yang telah diuji dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,1666 dengan jumlah sampel adalah 139 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y) adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

4) Uji Validitas Variabel Kepuasan (Z)

Tabel. 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Z

Pertanyaan	Korelasi	Validitas
ZQ1	0,866**	Valid
ZQ2	0,873**	Valid
ZQ3	0,877**	Valid
ZQ4	0,889**	Valid
ZQ5	0,870**	Valid

Keterangan: **Korelasi signifikan di atas 0,01

*Korelasi signifikan di atas 0,05

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan hasil yang telah diuji dapat diketahui bahwa nilai r_{hitung} pada kolom korelasi untuk tiap item pertanyaan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,1666 dengan jumlah sampel adalah 139 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari variabel

Kepuasan (Z) adalah valid dan selanjutnya data tersebut dapat di uji ketahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Bila hasil koefisien reliabilitas dari semua variabel menunjukkan positif dan signifikan, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika *Alpha Cronbach* > 0,600 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,600. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas:

Tabel. 4.13
Hasil Uji Reliabilitas dari Keseluruhan Variabel

Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	10	0,933	Reliabel
X2	10	0,925	Reliabel
Y	6	0,894	Reliabel
Z	5	0,923	Reliabel

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas pada keseluruhan instrumen variabel yaitu variabel Persepsi Kemanfaatan (X1), variabel Kepercayaan (X2), variabel Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y), variabel Kepuasan (Z) dapat dianggap reliabel, karena nilai keseluruhan *Cronbach's Alpha* diatas 0,600.

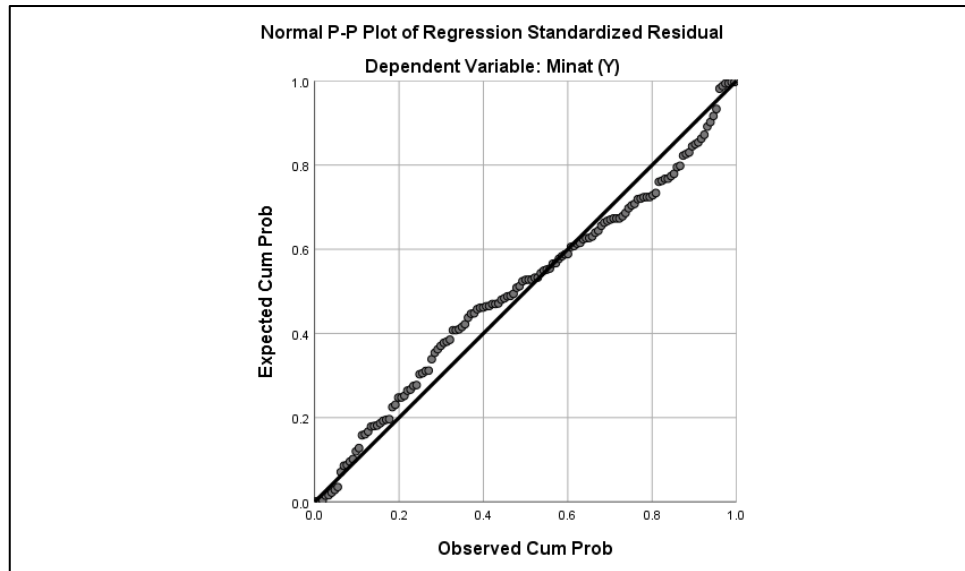
4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak

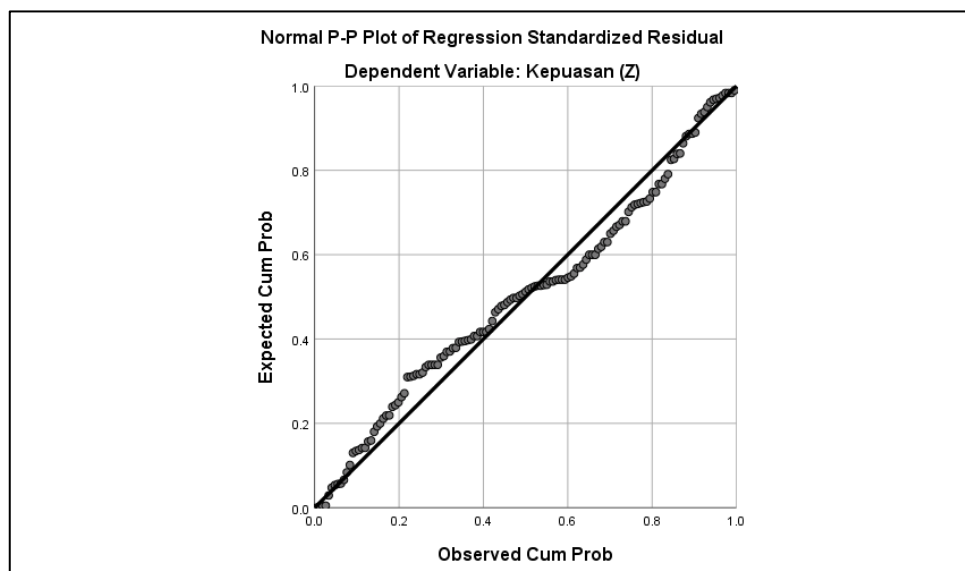
normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *normal probability plot*. Berikut hasil uji normalitas dengan grafik *normal probability plot*:

Gambar. 4.9
Hasil Uji Normal Probability Plot Persamaan 1



Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Gambar. 4.10
Hasil Uji Normal Probability Plot Persamaan 2



Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Tabel. 4.14
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

	Ustandardized Residual Persamaan 1	Ustandardized Residual Persamaan 2
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,120	0,201

Dari hasil *output* SPSS di atas, pada grafik *normal probability plot* kedua persamaan tersebut menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan pada tabel 4.18 uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolerasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi jika terjadi kolerasi, maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan beberapa cara, salah satunya dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai VIF (*Variant inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel. 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	0,413	2,423	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepercayaan (X2)	0,467	2,142	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepuasan (Z)	0,430	2,328	Tidak terjadi multikolinieritas
* Variabel Dependen: Minat (Y)			

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Tabel. 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X1)	0,533	1,878	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepercayaan (X2)	0,533	1,878	Tidak terjadi multikolinieritas
* Variabel Dependen: Kepuasan (Z)			

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

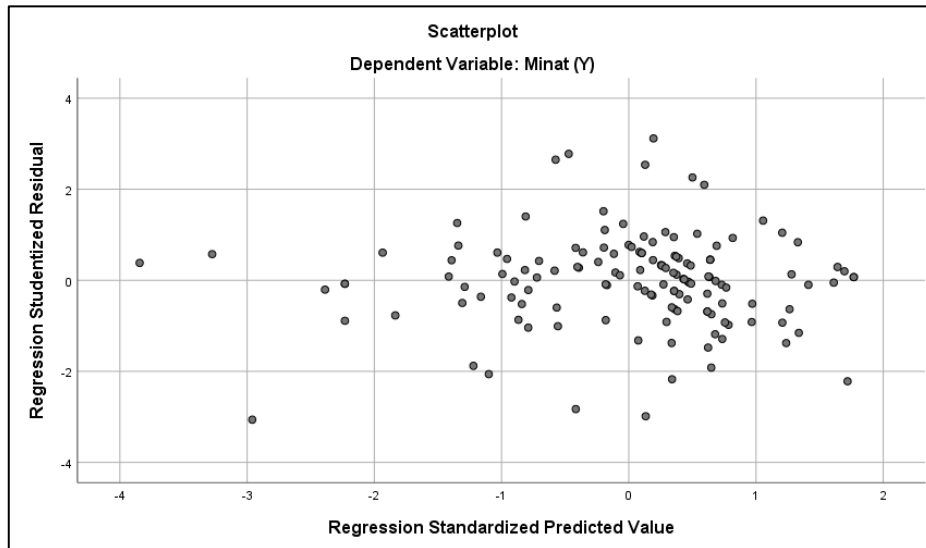
Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1) sebesar $0,413 > 0,10$; Kepercayaan (X_2) sebesar $0,467 > 0,10$; dan Kepuasan (Z) sebesar $0,430 > 0,10$; serta nilai VIF masing-masing yaitu $2,423 < 10$, $2,142 < 10$, dan $2,328 < 10$. Sedangkan pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1) sebesar $0,533 > 0,10$ dan Kepercayaan (X_2) sebesar $0,533 > 0,10$; serta nilai VIF masing-masing VIF yaitu $1,878 < 10$ dan $1,878 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 1 dan 2 antar variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya

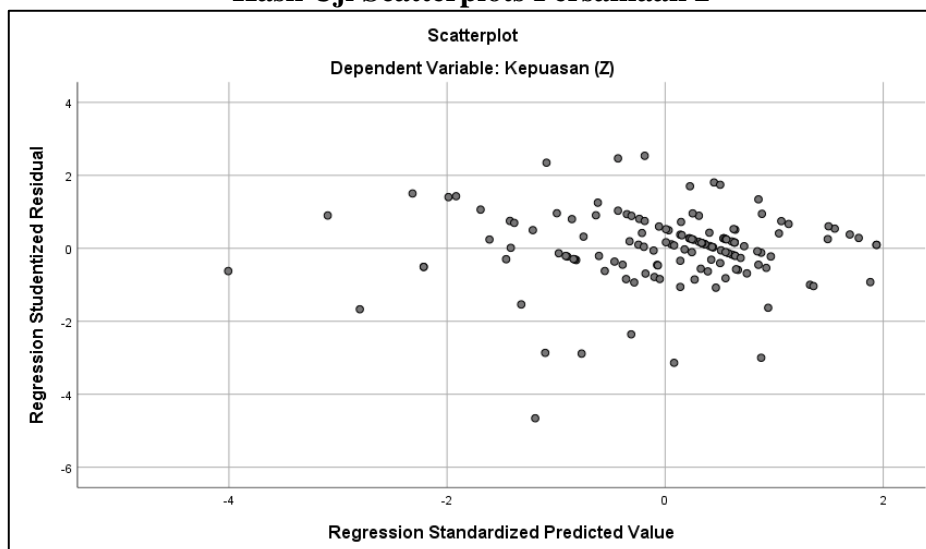
dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X yaitu residual.

Gambar. 4.11
Hasil Uji Scatterplots Persamaan 1



Sumber: *Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020*

Gambar. 4.12
Hasil Uji Scatterplots Persamaan 2



Sumber: *Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020*

Tabel. 4.17
Hasil Uji Park Persamaan 1

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Signifikansi
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,167	2,545		0,852	0,397
Persepsi Kemanfaatan (X1)	-0,768	0,934	-0,148	- 0,823	0,414
Kepercayaan (X2)	0,366	0,851	0,075	0,431	0,668
Kepuasan (Z)	-0,176	0,969	-0,035	- 0,182	0,856
*Variabel Dependen: Minat (Y)					

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Tabel. 4.18
Hasil Uji Park Persamaan 2

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Signifikansi
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,119	2,651		2,685	0,009
Persepsi Kemanfaatan (X1)	-1,902	0,732	-0,337	-2,597	0,211
Kepercayaan (X2)	0,035	0,732	0,006	0,047	0,962
*Variabel Dependen: Kepuasan (Z)					

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan Gambar 4.11 dan 4.12 grafik *Scatterplot* kedua persamaan diatas memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, di mana titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini

memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap.

Sedangkan hasil tabel 4.17 dan 4.18 menunjukkan bahwa masing-masing variabel dari kedua persamaan uji *park* tersebut memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedua model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Autokorelasi

Uji autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji *Durbin –Watson* (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya.

Tabel. 4.19
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,867 ^a	0,751	0,745	2,567	2,022
a. Predictor: (Constant), Kepuasan (Z), Kepercayaan (X2), Persepsi Kemanfaatan (X1)				
b. Dependen Variabel: Minat (Y)				

Sumber: *Output* SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel *output* SPSS diatas, diketahui nilai DW persamaan 1 adalah sebesar 2,022. Nilai ini akan dibanding dengan tabel DW pada signifikansi 5% dengan rumus (k ; N). Adapun jumlah variabel independen (k) = 3, dan jumlah sampel (N) = 139. Maka ditemukan nilai dL dan dU sebagai berikut:

Tabel. 4.20
Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

dL	dU	4 – dL	4 – dU	DW	Keputusan
1,6791	1,7672	2,3209	2,2328	2,022	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai DW persamaan 1 sebesar 2,022 berada diantara nilai $dU = 1,7672$ dan nilai $4-dU = 2,2328$ ($dU < DW < 4-dU$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi persamaan 1 tidak terjadi autokorelasi.

Tabel. 4.21
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0,755 ^a	0,570	0,564	2,808	1,984
a. Predictor: (Constant), Kepercayaan (X2), Persepsi Kemanfaatan (X1)				
b. Dependen Variabel: Kepuasan (Z)				

Sumber: *Output* SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Berdasarkan tabel *output* SPSS diatas, diketahui nilai DW persamaan 2 adalah sebesar 1,984. Nilai ini akan dibanding dengan tabel DW pada signifikansi 5% dengan rumus $(k ; N)$. Adapun jumlah variabel independen $(k) = 3$, dan jumlah sampel $(N) = 139$. Maka ditemukan nilai dL dan dU sebagai berikut:

Tabel. 4.22
Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

dL	dU	4 – dL	4 – dU	DW	Keputusan
1,6791	1,7672	2,3209	2,2328	1,984	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin-Watson

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai DW persamaan 2 sebesar 1,984 berada diantara nilai $dU = 1,7672$ dan nilai $4-dU = 2,2328$ ($dU < DW < 4-dU$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi persamaan 2 tidak terjadi autokorelasi.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teori. Apa yang dapat dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner (Ghozali, 2013: 249).

a. Persamaan regresi pertama

Pada persamaan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Persepsi Kemanfaatan (X1), Kepercayaan (X2), terhadap Kepuasan (Z). Persamaan ini diuji menggunakan SPSS v26 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel. 4.23
Model Summary Jalur Persamaan 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,755 ^a	0,570	0,564	2,80821
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemanfaatan				

Sumber: *Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020*

Tabel. 4.24
Koefisiensi Jalur Persamaan 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,057	1,555		1,966	0,051
Persepsi Kemanfaatan	0,262	0,042	0,484	6,284	0,000
Kepercayaan	0,183	0,042	0,337	4,373	0,000
a. Dependent Variabel: Kepuasan					

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Besarnya R^2 atau *R square* yang terdapat pada tabel 4.16 adalah sebesar 0,570, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X1 dan X2 terhadap Z adalah sebesar 57% sementara sisanya 43% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara untuk nilai e1 dapat dicari dengan rumus $e1 = \sqrt{(1 - 0,570)} = 0,6557$.

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Z = 3,057 + 0,484 X1 + 0,337 X2 + e1$$

Persamaan linier tersebut dapat dibuat pengertian sebagai berikut:

- 1) Konstan (α) sebesar 3,057 artinya apabila Persepsi Kemanfaatan, Kepercayaan tidak ada atau nilainya 0, maka Kepuasan nilainya sebesar 3,057.
- 2) Koefisien regresi variabel Persepsi Kemanfaatan (X1) sebesar 0,484 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa Persepsi Kemanfaatan (X1) mempengaruhi kenaikan maupun penurunan Kepuasan dengan anggapan Kepercayaan bernilai konstan atau tetap.

- 3) Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0,337, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa Kepercayaan (X2) mempengaruhi kenaikan maupun penurunan Kepuasan dengan anggapan Persepsi Kemanfaatan bernilai konstan atau tetap.

b. Persamaan regresi kedua

Pada persamaan ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Persepsi Kemanfaatan (X1), Kepercayaan (X2), Kepuasan (Z) terhadap Minat (Y).

Persamaan ini diuji menggunakan SPSS v26 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel. 4.25
Model Summary Jalur Persamaan 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,867 ^a	0,751	0,745	2,56668
a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Kepercayaan, Persepsi Kemanfaatan				

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Tabel. 4.26
Koefisiensi Jalur Persamaan 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,566	1,441		0,393	0,695
Persepsi Kemanfaatan	0,107	0,043	0,166	2,477	0,014
Kepercayaan	0,132	0,041	0,203	3,231	0,002
Kepuasan	0,697	0,078	0,583	8,897	0,000
a. Dependent Variabel: Minat					

Sumber: Output SPSS v26, data primer diolah peneliti, 2020

Besarnya R^2 atau R square yang terdapat pada tabel 4.18 adalah sebesar 0,751, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y adalah sebesar 75,1% sementara sisanya 24,9% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara untuk nilai e^2 dapat dicari dengan rumus $e^2 = \sqrt{(1 - 0,751)} = 0,4989$.

Berdasarkan dari hasil regresi maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 0,566 + 0,166 X_1 + 0,203 X_2 + 0,583 Z + e^2$$

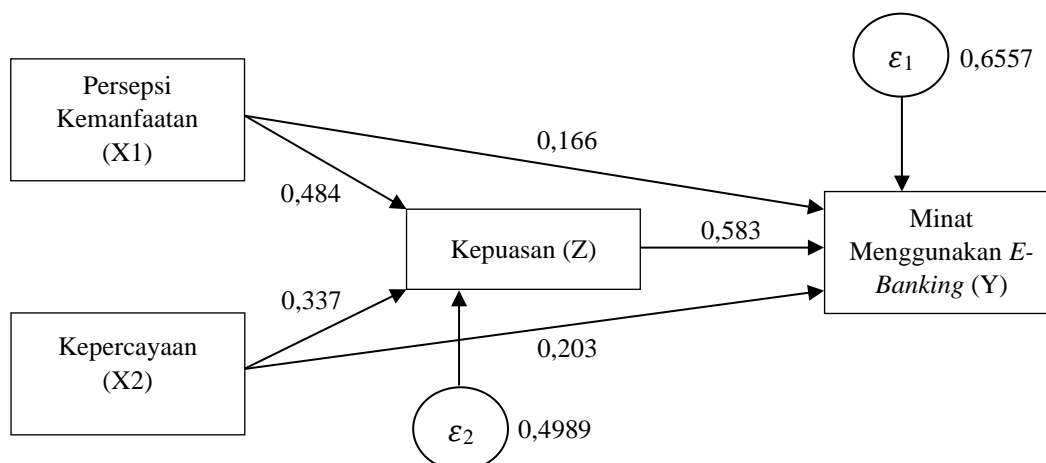
Persamaan linier tersebut dapat dibuat pengertian sebagai berikut:

- 1) Konstan (α) sebesar 0,566 artinya apabila Persepsi Kemanfaatan, Kepercayaan dan Kepuasan tidak ada atau nilainya adalah 0, maka Minat nilainya sebesar 0,566.
- 2) Koefisien regresi variabel Persepsi Kemanfaatan (X_1) sebesar 0,166, artinya apabila Persepsi Kemanfaatan ditingkatkan 1 satuan, maka Minat menggunakan *E-Banking* mengalami kenaikan sebesar 0,166 satuan. Koefisien bernilai positif yang didapat menunjukkan setiap ada peningkatan Persepsi Kemanfaatan akan meningkatkan Minat penggunaan.
- 3) Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_2) sebesar 0,203, artinya apabila Kepercayaan di tingkatkan 1 satuan, maka Minat menggunakan *E-Banking* mengalami kenaikan sebesar 0,203 satuan. Koefisien bernilai positif yang didapat menunjukkan setiap ada peningkatan Kepercayaan akan meningkatkan Minat penggunaan.

- 4) Koefisien regresi variabel Kepuasan (Z) sebesar 0,583, artinya apabila Kepuasan ditingkatkan 1 satuan, maka Minat menggunakan *E-Banking* mengalami kenaikan sebesar 0,583 satuan. Koefisien bernilai positif yang dapat menunjukkan setiap ada peningkatan Kepuasan akan meningkatkan Minat penggunaan.

Dengan demikian diperoleh skema kerangka analisis jalur sebagai berikut:

Gambar 4.13
Skema Kerangka Analisis Jalur



C. Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X1) terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y)

Dari analisis pada tabel 4.30 diperoleh nilai signifikansi Persepsi Kemanfaatan sebesar $0,014 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika Persepsi Kemanfaatan dalam penggunaan *E-Banking* BRI Syariah mengalami kenaikan, maka Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah juga akan meningkat. Sehingga

dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah adalah diterima.

Pada konteks penelitian ini dapat diartikan bahwa persepsi kemanfaatan dalam *E-Banking* merupakan pandangan subjektif nasabah mengenai manfaat yang diperoleh oleh para nasabah dalam peningkatan kinerja nasabah karena menggunakan *E-Banking*. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *E-Banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *E-Banking* tersebut. Sikap positif untuk menggunakan *E-Banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *E-Banking* dapat meningkatkan kinerja, produktivitas dan efektivitas kinerja bagi nasabah. Oleh karena itu, Persepsi Kemanfaatan *E-Banking* mempengaruhi sikap para nasabah terhadap Penggunaan *E-banking* itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksamana, dkk, bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan *E-Banking*.¹ Dengan demikian Persepsi Kemanfaatan merupakan salah satu faktor untuk menimbulkan minat nasabah. Jika seorang nasabah merasa percaya bahwa sistem informasi berguna/bermanfaat bagi dirinya maka nasabah tersebut akan terus menggunakannya.

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y)

¹ Giga Bawa Laksana, dkk, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. (Studi pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)" *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.26 No.2 (September 2015).

Dari analisis pada tabel 4.30 diperoleh nilai signifikansi Kepercayaan sebesar $0,002 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika Kepercayaan dalam penggunaan *E-Banking* BRI Syariah mengalami kenaikan, maka Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah adalah diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa hal pokok yang mendasari orang untuk tetap menggunakan produk perbankan yakni *E-Banking* adalah kepercayaan. Sebagai konsekuensinya jika kepercayaan atas suatu produk tertentu sudah terlalu tinggi maka sudah dapat dikatakan bahwa hal ini akan berlanjut pada loyalitas pada produk tersebut. Artinya nasabah yang merasa percaya bahwa data-data pribadi dan transaksi mereka terjaga dengan aman akan mengakibatkan meningkatnya nilai kepercayaan dan membuat nasabah berminat untuk menggunakan *E-Banking* tersebut, sehingga semakin banyak nasabah yang mempercayai layanan pada bank maka semakin optimal profit yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hans Setiawan Theready & Dahlia Br Ginting yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan *E-Banking*.² Dengan demikian Kepercayaan merupakan salah satu faktor untuk menimbulkan minat nasabah. Jika seorang nasabah merasa percaya

² Hans Setiawan Theready & Dahlia Br Ginting, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan, dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus: PT. Bank BPRKS Bandung)" *Media Informatika*, Vol.14 No.2 (2015).

bahwa sistem informasi yang digunakan memiliki sistem keamanan dan kerahasiaan yang baik untuk keberlangsungan transaksinya, maka nasabah tersebut akan terus menggunakannya.

3. Pengaruh Kepuasan (Z) terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y)

Dari analisis pada tabel 4.30 diperoleh nilai signifikansi Kepuasan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika Kepuasan dalam penggunaan *E-Banking* BRI Syariah mengalami kenaikan, maka Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* BRI Syariah adalah diterima.

Kepuasan konsumen adalah konsep penting dalam pemasaran dan penelitian konsumen. Sudah menjadi pendapat umum jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk atau jasa tersebut. Jika mereka tidak dipuaskan, maka cenderung beralih merk serta mengajukan keberatan pada produsen dan bahkan menceritakannya kepada orang lain.³

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diana Puspitasari yang menunjukkan bahwa variabel Kepuasan memiliki pengaruh

³ Irfan Muflihadi & Nurafni Rubiyanti, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Trust terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Gojek Bandung)." *E-Proceeding of Management*, Vol.3 No.2 (Agustus 2016).

signifikan terhadap variabel minat.⁴ Dengan demikian Kepuasan merupakan salah satu faktor untuk menimbulkan minat nasabah. Jika seorang nasabah merasa puas akan penggunaan suatu produk, maka nasabah tersebut akan terus menggunakannya.

4. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X1) terhadap Kepuasan (Z)

Dari analisis pada tabel 4.28 diperoleh nilai signifikansi Persepsi Kemanfaatan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penggunaan *E-Banking* BRI Syariah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika Persepsi Kemanfaatan dalam penggunaan *E-Banking* BRI Syariah mengalami kenaikan, maka Kepuasan penggunaan juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H₄) yang menyatakan Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penggunaan *E-Banking* BRI Syariah adalah diterima.

Kemanfaatan dari penggunaan sebuah sistem informasi dapat meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya, sehingga orang tersebut memiliki rasa puas terhadap kemanfaatan dari penggunaan sistem informasi tersebut karena membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elisabeth Octaviana Tri Setyowati & Agustini Dyah Respati yang menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan

⁴ Diana Puspitasari, "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang". (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2006).

terhadap Kepuasan penggunaan sistem informasi akuntansi.⁵ Dengan demikian Persepsi Kemanfaatan merupakan salah satu faktor untuk menimbulkan Kepuasan nasabah. Jika seorang nasabah merasa suatu sistem yang digunakan bermanfaat bagi dirinya maka akan menimbulkan kepuasan penggunaan sehingga akan berpotensi terus menggunakannya.

5. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan (Z)

Dari analisis pada tabel 4.28 diperoleh nilai signifikansi Kepercayaan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penggunaan *E-Banking* BRI Syariah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa ketika Kepercayaan dalam penggunaan *E-Banking* BRI Syariah mengalami kenaikan, maka Kepuasan penggunaan juga akan meningkat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Kelima (H₅) yang menyatakan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan penggunaan *E-Banking* BRI Syariah adalah diterima.

Kepercayaan merupakan kesesuaian individu untuk menggantikan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertumbuhan karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain tersebut. Kepercayaan pelanggan (*trust*) merupakan persepsi konsumen yang positif tentang obyek, atribut dan manfaat dari produk yang dibeli yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa kepercayaan pelanggan yang tinggi akan dapat memberikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dimana

⁵ Elisabeth Octaviana Tri Setyowati & Agustini Dyah Respati, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, *Computer Self Efficacy*, Terhadap Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi." *JRAK*, Vol.13 No.1 (Februari 2017).

dengan tingginya kepercayaan pelanggan maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.⁶

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guspul yang menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah.⁷ Dengan demikian Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk mencapai Kepuasan nasabah.

6. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan (X1) terhadap Minat menggunakan E-Banking BRI Syariah (Y) yang dimediasi Kepuasan (Z)

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X1 terhadap Y sebesar 0,014. Sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X1 terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: $0,484 \times 0,583 = 0,282$. Maka pengaruh total yang diberikan X1 terhadap Y adalah Pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu: $0,014 + 0,282 = 0,296$.

Untuk mengetahui pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p_4 \times p_3$) sebesar 0,282 signifikan atau tidak, maka dilakukan uji sobel tes dengan memasukkan angka standar error dari koefisien indirect effect (Sp_4p_3) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Sp_4p_3 &= \sqrt{p_3^2 Sp_4^2 + p_4^2 Sp_3^2 + Sp_4^2 Sp_3^2} \\ &= \sqrt{(0,697)^2 (0,042)^2 + (0,262)^2 (0,078)^2 + (0,042)^2 (0,078)^2} \\ &= \sqrt{(0,485809)(0,001764) + (0,068644)(0,006084) + (0,001764)(0,006084)} \end{aligned}$$

⁶ Nur Laely, hlm. 63.

⁷ Ahmad Guspul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)." *Jurnal PPKM UNSIQ*, Vol.1 (2014).

$$\begin{aligned}
&= \sqrt{(0,00085696) + (0,00041763) + (0,00001073)} \\
&= \sqrt{0,00128532} \\
&= 0,03585135
\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp_{4p3} maka dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p_{4p3}}{Sp_{4p3}} = \frac{(0,262)(0,697)}{0,03585135} = \frac{0,182614}{0,03585135} = 5,09364361$$

Dari hasil perhitungan diatas, diketahui nilai t hitung 5,09364361 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu 1,65589. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,282 signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_6) yang menyatakan pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah yang dimediasi Kepuasan adalah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya Persepsi Kemanfaatan responden mempengaruhi tingkat Minat responden menggunakan *E-Banking* BRI Syariah.

7. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah (Y) yang dimediasi Kepuasan (Z)

Diketahui pengaruh langsung yang diberikan X2 terhadap Y sebesar 0,002. Sedangkan pengaruh tidak langsung X2 melalui Z terhadap Y adalah perkalian antara nilai beta X2 terhadap Z dengan nilai beta Z terhadap Y yaitu: $0,337 \times 0,583 = 0,1964$. Maka pengaruh total yang diberikan X2 terhadap Y adalah Pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu: $0,002 + 0,1964 = 0,1984$.

Untuk mengetahui pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($p_5 \times p_3$) sebesar 0,1964 signifikan atau tidak, maka dilakukan uji sobel tes dengan memasukkan angka standar error dari koefisien indirect effect (Sp_5p_3) sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sp_5p_3 &= \sqrt{p_3^2 Sp_5^2 + p_5^2 Sp_3^2 + Sp_5^2 Sp_3^2} \\
 &= \sqrt{(0,697)^2(0,042)^2 + (0,183)^2(0,078)^2 + (0,042)^2(0,078)^2} \\
 &= \sqrt{\begin{matrix} (0,4858)(0,001764) + (0,033489)(0,006084) \\ + (0,001764)(0,006084) \end{matrix}} \\
 &= \sqrt{(0,00085695) + (0,00020374) + (0,00001073)} \\
 &= \sqrt{0,00107142} \\
 &= 0,03273255
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil Sp_5p_3 maka dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{p_5p_3}{Sp_5p_3} = \frac{(0,183)(0,697)}{0,03273255} = \frac{0,127551}{0,03273255} = 3,89676331$$

Dari hasil perhitungan diatas, diketahui nilai t hitung 3,89676331 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu 1,65589. Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,1964 signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_7) yang menyatakan pengaruh Kepercayaan terhadap Minat menggunakan *E-Banking* BRI Syariah yang dimediasi Kepuasan adalah diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau rendahnya Kepercayaan responden mempengaruhi tingkat Minat responden menggunakan *E-Banking* BRI Syariah.

Tabel 4.27
Hasil Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Hasil
1	H ₁ : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.	Diterima
2	H ₂ : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.	Diterima
3	H ₃ : Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.	Diterima
4	H ₄ : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.	Diterima
5	H ₅ : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah mahasiswa FEBI IAIN Madura.	Diterima
6	H ₆ : Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah dengan Kepuasan sebagai variabel intervening.	Diterima
7	H ₇ : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menggunakan <i>E-Banking</i> BRI Syariah dengan Kepuasan Sebagai variabel intervening	Diterima