

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

##### a. Sejarah Bank Jateng Syariah

Bank Jateng adalah sebuah industri bisnis yang beroperasi pada sektor keuangan dan perbankan yang dibentuk oleh Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kabupaten atau Kota se-Jawa Tengah yang terdapat di Jawa Tengah. Selaras atas visi, misi dan tujuan yang sudah disepakati bersama para pemegang saham atau pemilik, sehingga Bank Jateng berusaha menciptakan dengan mengoperasionalkan bisnisnya pada sektor perbankan dan jasa-jasa keuangan yang dapat digunakan oleh nasabah perorangan, lembaga-lembaga pemerintah dan lainnya baik dari dalam ataupun luar negeri.

Bank Jateng Syariah adalah Unit Bisnis yang didirikan oleh Bank Jateng digunakan untuk menjawab keinginan masyarakat mengenai produk dan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsi syariah. Unit Usaha Syariah Bank Jateng resmi beroperasi pada tanggal 26 April 2008, berkantor pusat di Kota Semarang yautu di Gedung Grinatha Lt.IV, Jl.Pemuda No 142 Semarang.

Saat awal diresmikannya Bank Jateng Syariah mengembangkan kantor cabang pertama di Surakarta dan resmi beroperasi pada tanggal 21 Mei 2008 di Jl.Slamet Riyadi No.236 Surakarta. Pada bulan Oktober 2016, Bank Jateng Syariah sudah menjalankan 4 (empat) Kantor Cabang Syariah, 9 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 7 (tujuh) Kantor Kas Syariah, 145 Layanan Syariah (*Office Channeling*) yang berada disemua daerah Jawa Tengah. Selain itu nasabah-nasabah Bank Jateng Syariah juga dapat melakukan transaksi tarik-setor rekening tabungan di semua Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu maupun Kantor Kas Bank Jateng di Seluruh Wilayah Jawa Tengah. Selain kemudahan akses layanan diberikan, berbagai macam produk dan jasa keuangan perbankan yang berbasis syariah juga dapat digunakan oleh nasabah, baik produk pembiayaan,

pendanaan ataupun jasa lainnya dengan fitur dan layanan yang berkualitas.

**b. Visi dan Misi Bank Jateng Syariah**

- 1) Visi Bank Jateng Syariah  
Menjadi bank syariah yang terpercaya dan menjadi kebanggaan masyarakat
- 2) Misi Bank Jateng Syariah
  - a) Memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perolehan laba Bank Jateng
  - b) Menyediakan produk-produk dan jasa perbankan syariah dengan layanan prima untuk memberikan kepuasan dan nilai tambah bagi masyarakat sehingga mampu menggerakkan sector riil sebagai pilar pertumbuhan ekonomi regional
  - c) Menjalin kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk membangun sinergi dalam pengembangan bisnis
  - d) Memberikan peluang dan dorongan bagi seluruh karyawan dengan mengembangkan seluruh potensi dirinya untu kesejahteraan diri dan keluarganya, nasabah dan masyarakat pada umumnya

**c. Struktur Organisasi Bank Jateng Syariah**

Dengan dibentuknya struktur organisasi pada PT BPD Bank Jateng Syariah diharapkan mampu menjadi lembaga keuangan dan perbankan yang berperan dengan baik. Karena, dengan dibentuknya struktur organisasi disebuah perusahaan menunjukkan terdapat juga penjelasan terkait hak, kewajiban, tanggung jawab dan wewenang serta fungsi dan struktur. Berikut struktur organisasi Bank Jateng Syariah Kudus

**Dewan Komisaris :**

Komisaris Utama : Edhi Chrystanto  
 Komisaris Independen : Darsono  
 Wawan Siswantono

**Dewan Pengawas Syariah :**

Ketua DPS : Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, M.A  
 Anggota DPS : Drs. Tafsir, M.Ag

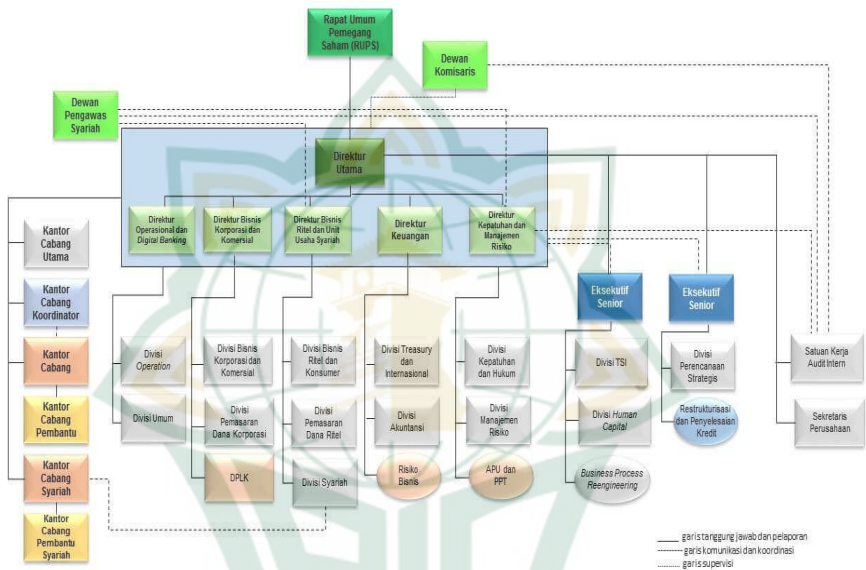
**Direksi**

Direktur Utama : Suprayitno

**Pimpinan Cabang  
(KC-Syariah Kudus)**

Pimpinan Cabang : Singgih Faturrochim

**Gambar 4.1  
Struktur Organisasi**



Sumber : Arsip Bank Jateng, 2020

**d. Produk dan Layanan Bank Jateng Syariah**

- 1) Produk Simpanan
  - a) Tabungan iB Bima
  - b) Tabungan iB Amanah
  - c) Deposito iB
  - d) Giro iB
- 2) Produk Pembiayaan
  - a) iB Griya
  - b) iB Multiguna
  - c) iB Pembiayaan Umrah
  - d) iB Rahn Emas
  - e) FLPP Jateng Syariah
  - f) iB Modal Kerja
  - g) iB Investasi

- h) iB Koperasi Karyawan
  - i) iB KJKS
  - j) iB BPRS
- 3) Sarana
- a) ATM
  - b) Kantor Cabang
  - c) Kantor Cabang Pembantu
  - d) Payment Point
  - e) Kantor Kas
- e. **Gambaran Umum Responden**

Dalam bagian ini akan menjelaskan tentang gambaran umum responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendidikan terakhir. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah Bank Jateng Syariah Kudus dengan jumlah responden sebanyak 83 orang. Karakteristik responden penting dijelaskan pada penelitian ini untuk mendeskripsikan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi yang dapat digunakan dalam memahami hasil dari penelitian.

1) **Jenis Kelamin**

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Laki-laki	25	30,1%
Perempuan	58	69,9%
<b>Jumlah</b>	83	100%

Dari data pada tabel diatas menyatakan bahwa jumlah responden yang dikelompokkan sesuai dengan karakteristik jenis kelamin. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 25 orang atau (30,1%), responden jenis kelamin perempuan sejumlah 58 orang atau (69,9%). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yang berminat menggunakan layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank Jateng Syariah Kudus dengan jenis kelamin perempuan dengan jumlah 58 orang atau 69,9%.

2) Usia

**Tabel 4.2**  
**Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
<20	7	8,4%
20-30	69	83,1%
30-40	5	6,0%
>40	2	2,4%
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Dari hasil pada tabel diatas menyatakan bahwa jumlah responden yang dikelompokkan sesuai dengan karakteristik usia. Responden dengan usia antara <20 tahun sejumlah 7 orang atau (8,4%), responden dengan usia 20-30 tahun sejumlah 69 orang atau (83,1%), responden dengan usia 30-40 sejumlah 5 orang atau (6,0%), responden dengan usia >40 sejumlah 2 orang atau (2,4%). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yang berminat menggunakan layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank Jateng Syariah Kudus yang berusia antara 20-30 tahun yaitu sejumlah 68 orang atau 82,9%

3) Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	49	59,0%
PNS/BUMN	4	4,8%
Pegawai Swasta	14	16,9%
TNI/Polri	1	1,2%
Lainnya	15	18,1%
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Dari hasil data pada tabel diatas menyatakan bahwa jumlah responden yang dikelompokkan dalam bidang pekerjaan. Responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sejumlah 49 orang atau 59,0%, responden dengan pekerjaan sebagai PNS/BUMN sejumlah 4 orang atau 4,8%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta sejumlah 14 orang atau 16,9%, responden dengan pekerjaan

TNI/POLRI sejumlah 1 orang atau 1,2%, responden dengan pekerjaan lainnya yang tidak disebutkan diatas sejumlah 15 orang atau 18,1%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yang berminat menggunakan layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank Jateng Syariah Kudus sesuai dengan karakteristik bidang pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sejumlah 49 orang atau 59,0%

4) **Pendidikan Terakhir**

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
SD	0	0
SLTP/SMP/MTS	3	3,6%
SLTA/SMA/SMK	60	72,3%
Diploma	5	6,0%
Sarjana	15	18,1%
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Dari hasil data pada tabel diatas menyatakan bahwa jumlah responden yang dikelompokkan sesuai dengan pendidikan terakhir. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SD sejumlah 0 atau tidak ada, responden dengan tingkat pendidikan terakhir SLTP/SMP/MTS sejumlah 3 orang atau 3,6%, responden dengan tingkat pendidikan terakhir SLTA/SMA/SMK sejumlah 60 orang atau 72,3%, responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma sejumlah 5 orang atau 6,0%, responden dengan pendidikan terakhir sarjana sejumlah 15 orang atau 18,1%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden yang berminat mengguankan layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh Bank Jateng Syariah Kudus dengan pendidikan terakhir SLTA/SMA/SMK sejumlah 60 orang atau 72,3%

f. **Gambaran Distribusi Jawaban Responden**

Penjelasan mengenai jawaban responden dilakukan sebelum melakukan olah data, peneliti akan menjelaskan hasil distribusi jawaban responden sesuai dengan pengelompokkannya, yakni berdasarkan pengetahuan ( $X_1$ ),



kepercayaan ( $X_2$ ) dan minat penggunaan *e-banking* ( $Y$ ) dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Jawaban Responden Variabel ( $X_1$ )**

$X_1$	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{1.1}$	0	0	1	1,2	14	16,9	45	54,2	23	27,7	83	100
$X_{1.2}$	0	0	0	0	8	9,6	38	45,8	37	44,6	83	100
$X_{1.3}$	0	0	2	2,4	10	12,0	39	47,0	32	38,6	83	100
$X_{1.4}$	0	0	1	1,2	13	15,7	40	48,2	29	34,9	83	100
$X_{1.5}$	0	0	0	0	12	14,5	37	44,6	34	41,0	83	100
$X_{1.6}$	0	0	0	0	12	14,5	39	47,0	32	38,6	83	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas menyatakan bahwa responden memberikan tanggapan pernyataan untuk variabel pengetahuan yang terdiri dari 6 item. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa responden sebagian besar setuju atas pernyataan dalam variabel pengetahuan nasabah.

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Jawaban Responden Variabel ( $X_2$ )**

$X_2$	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
$X_{2.1}$	0	0	1	1,2	9	10,8	49	59,0	24	28,0	83	100
$X_{2.2}$	0	0	0	0	6	7,2	39	47,0	38	45,8	83	100
$X_{2.3}$	0	0	0	0	7	8,4	41	49,4	35	42,2	83	100
$X_{2.4}$	0	0	0	0	7	8,4	46	55,4	30	36,1	83	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas responden memberikan tanggapan pernyataan untuk variabel kepercayaan yang terdiri dari 4 item. Dari item 1 sampai 4 sebagian besar responden memberikan tanggapan pernyataan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mayoritas setuju atas pernyataan pada variabel kepercayaan nasabah.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Jawaban Responden Variabel (Y)**

Y	STS		TS		KS		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y <sub>1</sub>	0	0	0	0	7	8,4	26	31,6	50	60,2	83	100
Y <sub>2</sub>	0	0	0	0	8	9,6	53	63,9	22	26,5	83	100
Y <sub>3</sub>	0	0	0	0	13	15,7	49	59,0	21	25,3	83	100
Y <sub>4</sub>	0	0	0	0	10	12,0	38	45,8	35	42,2	83	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas responden memberikan tanggapan setuju. Dapat dilihat dari item 1 sampai 4 frekuensi responden yang memberikan tanggapan pernyataan sangat tidak setuju setuju (STS) tidak ada, responden yang memberikan tanggapan tidak setuju (TS) tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa dari item 1 sampai 4 responden memberikan tanggapan pernyataan setuju (S) dan sangat setuju (SS) karena memiliki frekuensi lebih besar dibanding dengan pilihan yang lainnya.

**2. Analisis Data**

**a. Instrumen Pengujian Penelitian**

**1) Uji Validitas**

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur kepastian suatu item pada kuesioner atau skala yang ingin diukur valid atau tidak valid. Tingkat validitas dapat dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Untuk melihat tingkat validitas suatu item dapat dilakukan dengan perhitungan menggunakan program SPSS 26. Untuk hasil output perhitungan dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas Pengetahuan (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0,583	0,215	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,741	0,215	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,809	0,215	Valid
	X <sub>1,4</sub>	0,699	0,215	Valid
	X <sub>1,5</sub>	0,820	0,215	Valid
	X <sub>1,6</sub>	0,777	0,215	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021



Dari hasil data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel  $X_1$  yang berjumlah enam (6) item dikatakan valid. Dikarenakan semua item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,215

**Tabel 4.9**  
**Uji Validitas Kepercayaan ( $X_2$ )**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Kepercayaan ( $X_2$ )	X <sub>2.1</sub>	0,824	0,215	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,779	0,215	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,841	0,215	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,797	0,215	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  jadi dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel  $X_2$  dikatakan valid. Karena semua item pernyataan yang berjumlah empat (4) item mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,215

**Tabel 4.10**  
**Uji Validitas Minat Penggunaan *E-Banking* (Y)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Minat Penggunaan <i>E-Banking</i> (Y)	Y <sub>1</sub>	0,635	0,215	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,705	0,215	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,681	0,215	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,778	0,215	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam variabel Y dikatakan valid. Karena seluruh item pernyataan yang berjumlah empat (4) item mempunyai nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,215

2) **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan membutuhkan suatu ketetapan dan kestabilan pada suatu skor (skala pengukuran). Pada penelitian ini untuk mengetahui tingkat reliabel atau tidak suatu variabel dilakukan

dengan *Cronbach's Alpha*. Apabila konsistensi reliabilitas berada pada nilai  $\leq 0,60$  sehingga data tersebut dinyatakan mempunyai tingkat reliabilitas yang baik. Untuk mengetahui perhitungan tingkat alpha yang dilakukan dengan cara menggunakan program SPSS 26. Untuk hasil output perhitungan dapat dilihat dalam tabel berikut ini

**Tabel 4.11**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	Butir Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
X <sub>1</sub>	6	0,833	Reliabel
X <sub>2</sub>	4	0,826	Reliabel
Y	4	0,652	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  atau berada pada tingkat reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dikatakan reliabel

**3) Uji Asumsi Klasik**

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat distribusi data dalam variabel yang akan digunakan untuk penelitian. Untuk mengetahui sebuah data berdistribusi normal harus menggunakan data yang baik dan cocok digunakan dalam sebuah penelitian. Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Dengan kriteria yakni jika nilai signifikansi  $>0,05$  dinyatakan data berdistribusi normal. Tetapi, apabila nilai signifikansi  $<0,05$  dinyatakan data berdistribusi tidak normal. Untuk mengetahui uji normalitas dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS 26. Untuk hasil output dari perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini

**Tabel 4.12**  
**Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

<b>Kolmogorov-Smirnov</b>	<b>Unstrandardized Residual</b>
Asymp Sig. (2-tailed)	0.098

**Sumber : Data Primer Diolah, 2021**

Dari hasil data dalam pengujian normalitas pada tabel hasil diatas yang dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov menjelaskan bahwa hasil residual dari variabel dependen dan variabel independen menunjukkan nilai 0,098. sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai residual lebih besar dari signifikansi 0,05 atau  $0,098 > 0,05$ . Maka model regresi dapat dilakukan dalam melakukan uji hipotesis atau data dinyatakan berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu kondisi dimana suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Apabila muncul sebuah korelasi maka disebut dengan problem multikolinieritas. Pada pengujian multikolinieritas pengambilan data dapat dilakukan dengan cara mengamati nilai *tolerance*. Apabila nilai *tolerance*  $>0,10$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas dalam data yang diuji. Tetapi, apabila nilai *tolerance*  $<0,10$  maka dinyatakan terjadi multikolinieritas pada data yang diuji. Disamping itu juga melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) apabila nilai VIF  $< 10,0$  dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai VIF  $> 10,0$  dinyatakan terjadi multikolinieritas. Adapun hasil output program SPSS untuk hasil uji multikolinieritas sebagai berikut

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Tolerance	VIF
Pengetahuan	0,433	2,309
Kepercayaan	0,433	2,309

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel tabel , sehingga dapat ditarik kesimpulan apabila nilai *tolerance* dalam variabel pengetahuan sebesar  $0,433 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $2,309 < 10,00$  dengan nilai *tolerance* variabel kepercayaan sebesar  $0,433 > 0,10$  dengan nilai VIF sebesar  $2,309 < 10,00$ . Hal ini menunjukkan bahwa data diatas menyatakan tidak terjadinya multikolinieritas.

c) Uji Heterokedasititas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui terjadinya perbedaan *variance residual* dalam suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Apabila *variance* dan *residual* satu pengamatan yang lain konsisten, hal itu dinyatakan terjadi homoskedastisitas dan apabila berbeda dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glesjer*. Kriteria terjadi gejala heteroskedastisitas apabila pada suatu model regresi yaitu apabila nilai signifikansinya  $> 0,05$  penelitian dapat dilanjutkan. Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas:

**Tabel 4.14**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Signifikansi
Pengetahuan	0,290
Kepercayaan	0,060

Dari hasil data pada tabel diatas sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,290 > 0,05$  dan variabel kepercayaan menunjukkan nilai signifikansi  $0,060 > 0,05$ . Berdasarkan dari hasil tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

karena nilai signifikansi kedua variabel tersebut > 0,05

**4) Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda diantara variabel-variabel berikut pengetahuan ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan minat penggunaan *e-banking* (Y) dari hasil pengolahan data tabel berikut

**Tabel 4.15**  
**Uji Regresi Berganda**

Model	B
Constanta	5,313
Pengetahuan	0,317
Kepercayaan	0,218

**Sumber : Data Primer Diolah, 2021**

$$Y = a + b1.x_1 + b2.x_2$$

$$Y = 5,233 + 0,317 + 0,218$$

Interpretasinya yaitu nilai a sebesar 5,313 merupakan konstanta atau kondisi dimana variabel minat penggunaan *e-banking* (Y) belum dipengaruhi atas variabel yang lain yakni variabel pengetahuan ( $X_1$ ) dan variabel kepercayaan ( $X_2$ ). Apabila tidak terdapat variabel independen maka variabel minat penggunaan *e-banking* (Y) tidak terjadi perubahan. b1 (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,317 menyatakan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *e-banking* (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pengetahuan sehingga akan mempengaruhi variabel minat penggunaan *e-banking* (Y) sebesar 0,317, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti pada penelitian ini. b2 (nilai koefisien  $X_2$ ) sebesar 0,218 menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *e-banking* (Y) yang menyatakan setiap kenaikan 1 satuan variabel kepercayaan sehingga akan mempengaruhi variabel minat penggunaan *e-banking* (Y) sebesar 0,218 ,

dengan asumsi bahwa variabel lain tidak disebutkan pada penelitian ini.

5) Uji Hipotesis

a) Uji t (parsial)

Uji statistik t (parsial) dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh satu variabel bebas (*independen*) secara individual saat menjelaskan variasi variabel terikat (*dependen*). Dasar pengambilan keputusan yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikan hasil perhitungan dengan tingkat kepercayaan sebesar 5% dan melihat nilai t hitung > t tabel. jika nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\text{sig} < \alpha$ ), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas (*independen*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (*dependen*) dan hal ini dapat diketahui pada nilai t hitung > t tabel.

$$t \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1)$$

$$a = 5\% t (0,05:2 ; 83-2-1)$$

$$= 0,025 ; 1,990$$

**Tabel 4.16**  
Uji t

Model	T	Signifikansi
Pengetahuan	9,989	0,000
Kepercayaan	8,068	0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas yaitu uji (t) parsial menyatakan bahwa nilai signifikansi pengaruh pengetahuan ( $X_1$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking*  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,989 > 1,990$  maka  $H_1$  dapat diterima. Artinya terdapat pengaruh pengetahuan ( $X_1$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking* (Y) secara signifikan. Pengaruh kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking*  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $8,068 > 1,990$  maka  $H_2$  dapat diterima. Artinya terdapat pengaruh kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking* secara signifikan.



b) Uji F

Uji statistik F pada dilakukan untuk melihat akurasi dengan menggunakan model regresi saat memprediksi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikani dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan ( $\text{sig.} < 0,05$ ), sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi dapat digunakan dalam memprediksi variabel dependen.

Interpretasinya pengetahuan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking* (Y). nilai  $\text{sign} < 0,05$  dan nilai  $f \text{ hitung} > f$  tabel. Nilai  $f$  tabelnya yaitu 3,11.

**Tabel 4.17**  
**Uji F**

Model	F	Signifikansi
Regression	55,006	0,000

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengetahuan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking* sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $f_{\text{hitung}} 55,006 > 3,11$  hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  dan  $H_2$  diterima. Artinya terdapat pengaruh pengetahuan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap minat penggunaan *e-banking* secara signifikan.

6) Koefisien Determinasi

Koefisen determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat konsistensi atau akurasi hubungan antara varaibel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen) dalam suatu persamaan regresi, hasil output uji determinasi dapat diketahui dalam tabel berikut

**Tabel 4.18**  
**Koefisien Determinasi**

R Square
0,579

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Dari hasil data pada tabel diatas dapat dilihat bawah dipengaruhi nilai koefisien R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,579 atau 57,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa, besarnya pengaruh variabel pengetahuan dan variabel kepercayaan terhadap variabel minat penggunaan *e-banking* sebesar 0,579 atau 57,9%

## B. Pembahasan

### 1. Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking* di Bank Jateng Syariah Kudus Secara Parsial

#### a. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

H1: Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Pengetahuan adalah akibat dari mengenang sebuah peristiwa, termasuk mengenang kembali peristiwa yang telah terjadi baik secara disengaja ataupun tidak disengaja dan terjadi sesudah orang tersebut melakukan kontak langsung atau pemantauan pada suatu objek tertentu. Dari kajian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel pengetahuan sebesar 9,989 nilai ini menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni  $9,989 > 1,990$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Nilai koefisien  $\beta$  pada variabel pengetahuan memiliki nilai positif yakni sebesar 0,317. Maka didapatkan hasil bahwa hipotesis yang dirumuskan sejalan terhadap penelitian yang dilakukan, dimana Hipotesi (H1) dapat diterima atau dinyatakan mempunyai pengaruh positif secara parsial terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus.

Penelitian ini selaras dengan teori yang dinyatakan oleh Kinnear dan Taylor yang dikutip oleh Abdullah (2003:142) bahwa sikap ketertarikan (minat) didahului oleh informasi (pengetahuan) yang dimiliki oleh orang tersebut. Tanpa didahului oleh informasi (pengetahuan) dalam diri seseorang tidak akan muncul rasa ketertarikan pada suatu objek. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Kotler (2003) yang mengemukakan bahwa pengetahuan menjadi salah satu aspek kejiwaan (psikologis) seseorang yang mempunyai pengaruh terhadap minat penggunaan sebuah

layanan. Pengetahuan dapat menyampaikan sebuah informasi kepada seseorang sehingga berada pada tingkat ketertarikan atau minat terhadap suatu produk atau jasa yang disediakan. Timbulnya minat mempengaruhi langkah atau kegiatan pada niat untuk memiliki (membeli) suatu produk atau jasa.

Konsep pengetahuan yang terdapat pada penelitian ini yaitu apabila nasabah memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh bank syariah selanjutnya akan timbul minat atau ketertarikan dalam menggunakan layanan *e-banking* tersebut. Jika nasabah tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan *e-banking* maka tidak akan muncul ketertarikan (minat) dalam diri nasabah untuk memanfaatkan layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh bank.

Hal ini mengindikasikan secara teoritis dan praktis bahwa pengetahuan nasabah mempengaruhi minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus. Semakin baik tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tentang layanan *e-banking* yang ditawarkan oleh pihak bank, maka semakin tinggi juga minat penggunaan *e-banking*.

Maka hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Bulkia, Ana Sofia Herawati dan Nurul Hasanah (2019) tentang Pengaruh Pengetahuan Nasabah dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Individu Pengguna *Internet Banking* Banjarmasin. Hal ini menyatakan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat individu pengguna *internet banking*. Artinya, apabila semakin baik tingkat pengetahuan nasabah mengenai layanan *e-banking* tentu akan semakin kuat pula minat penggunaan *e-banking* yang dilakukan oleh nasabah tersebut.

**b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking***

H2 : Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking*

Pada awal terbentuknya hubungan jangka panjang (loyalitas nasabah) terdapat dalam kepercayaan nasabah terhadap pihak perbankan. Hubungan baik yang didasarkan

pada kepercayaan nasabah yang sangat signifikan bagi industri perbankan. Hasil kajian yang dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kepercayaan sebesar 8,068 nilai ini menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $8,068 > 1,990$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Nilai koefisien  $\beta$  pada variabel kepercayaan bernilai positif yakni sebesar 0,218. Hal ini sejalan dengan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dimana Hipotesis (H2) dapat diterima atau dikatakan memiliki pengaruh secara positif secara parsial terhadap minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus.

Dengan demikian penelitian ini selaras dengan teori yang dinyatakan oleh Rofic (2007:30) kepercayaan adalah kunci utama dalam bisnis karena suatu bisnis antara satu dengan yang lainnya akan tercapai apabila saling memiliki rasa percaya. seseorang menciptakan kepercayaan dalam dirinya yang berkaitan dengan teknologi informasi dipengaruhi atas faktor individual, sosial, dan institusional pada saat melakukan transaksi. Thamizhvanan dan Xavier (2012:20) juga mengemukakan bahwa semakin besar kepercayaan konsumen pada layanan online akan mengakibatkan tingginya minat berbelanja secara online. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Faidhatul Fitri (2016) bahwa kepercayaan seorang nasabah pada perbankan akan berpengaruh terhadap minat pada bertransaksi di bank tersebut, karena dengan dimilikinya kepercayaan yang kuat maka nasabah akan percaya bahwa bank dapat bertanggungjawab terhadap perannya.

Konsep kepercayaan pada penelitian ini ialah apabila nasabah percaya saat menjalankan semua kegiatan atau transaksi yang diperlukan dengan memanfaatkan layanan *e-banking*. apabila minat yang dimiliki tinggi dalam memanfaatkan layanan *e-banking* dan memperoleh pengalaman yang positif pada saat menggunakan, maka akan muncul rasa percaya dalam diri nasabah terhadap *e-banking*. Menurut Harlan (2014) minat merupakan ketertarikan terhadap sesuatu yang yang relatif konsisten serta ada rasa untuk berkeinginan dalam menggunakan teknologi.

Hal ini mengindikasikan secara teoritis dan praktis bahwa kepercayaan nasabah mempengaruhi minat penggunaan *e-banking* nasabah Bank Jateng Syariah Kudus. Semakin besar tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah mengenai layanan *e-banking* yang telah disediakan oleh pihak bank, maka semakin besar juga minat nasabah pada penggunaan *e-banking*.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernanda Idham Kholid dan Embun Duriyani Soemarso (2018) tentang Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatannya Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa variabel kepercayaan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*. Artinya, apabila semakin besar tingkat kepercayaan nasabah pada layanan *e-banking* maka akan semakin besar juga minat penggunaan *e-banking* yang dilakukan oleh nasabah tersebut.

## 2. Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-Banking* di Bank Jateng Syariah Kudus Secara Simultan

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, sehingga didapatkan hasil dimana nilai  $F_{hitung}$  sebesar 55,006. Sedangkan dalam  $F_{tabel}$  diperoleh nilai sebesar 3,11. Dari nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $55,006 > 3,11$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan kepercayaan apabila dilakukan pengujian secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *e-banking* di Bank Jateng Syariah Kudus.

Dari hasil output SPSS 26 model *summary* besarnya adjusted R Square sebesar 0,589 atau 58,9% . Hal ini berarti 58,9% variabel pengetahuan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) mempengaruhi nasabah pada saat menggunakan *e-banking* dan sisanya 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

Minat seseorang pada saat akan menggunakan suatu produk berawal dari adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Selanjutnya jika sudah menyadari adanya kepentingan atau minat maka seseorang akan mencari

informasi tentang produk dan jasa tersebut. Proses penggalian informasi tersebut digunakan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan apa yang diinginkan.

Dari hasil kajian yang dilakukan pada penelitian ini, sehingga dapat dilihat bahwa pengetahuan nasabah mempengaruhi minat penggunaan *e-banking*. pengetahuan nasabah merupakan bentuk sebuah informasi yang diterima oleh seorang nasabah mengenai suatu produk yang disediakan oleh pihak bank. Dalam penelitian ini semakin baik tingkat pengetahuan yang dimiliki nasabah, semakin besar pula minat nasabah tersebut dalam mengaplikasikan layanan *e-banking* yang telah disediakan oleh bank.

Sedangkan kepercayaan sendiri menjadi salah satu aspek yang signifikan pada sektor bisnis. Membentuk kepercayaan pada hubungan jangka panjang diantara perusahaan dan konsumen merupakan faktor penting dalam mewujudkan rasa aman, kepercayaan dan hubungan jangka panjang. Pada penelitian ini kepercayaan merupakan hal penting bagi nasabah untuk mempercayai penggunaan *e-banking* yang ditawarkan oleh pihak bank. apabila semakin besar tingkat kepercayaan yang dimiliki nasabah, maka akan semakin besar juga minat penggunaan *e-banking* oleh nasabah tersebut.

Hal ini menunjukkan apabila tingkat pengetahuan nasabah dan kepercayaan nasabah semakin tinggi, dapat meningkatkan minat penggunaan *e-banking*.